



## TINGKAT *SOCIAL INFLUENCE* DAN KUALITAS INFORMASI DALAM PENGGUNAAN *ARTIFICIAL INTELLIGENCE-CHATBOT*

Lativa Widyaningrum<sup>1</sup>, Muhammad Sabandi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret

Email: [lativawidyaningrum6@student.uns.ac.id](mailto:lativawidyaningrum6@student.uns.ac.id), [muhsabandi@staff.uns.ac.id](mailto:muhsabandi@staff.uns.ac.id)

### INFO ARTIKEL

#### Riwayat Artikel:

Menerima : 16 Agustus 2025

Revisi : 08 September 2025

Diterima : 11 September 2025

#### Kata Kunci:

*Social Influence; Kualitas informasi; Penggunaan Chatbot AI*

#### Keywords:

*Social Influence; Information Quality; Use of AI Chatbot*

#### Korespondensi:

**Lativa Widyaningrum**

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret

Maret

Email:

[lativawidyaningrum6@student.uns.ac.id](mailto:lativawidyaningrum6@student.uns.ac.id)

### ABSTRAK

*Artificial Intelligence (AI)* berkembang pesat dan memainkan peran penting dalam dunia pendidikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat dari *social influence* dan kualitas informasi terhadap penggunaan chatbot AI. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi pada penelitian ini adalah guru Sekolah Menengah Atas se-Surakarta. Penelitian ini menggunakan teknik *random sampling* dengan jumlah sampel 110 guru. Pengumpulan data dilakukan melalui angket kuesioner, sedangkan analisis data menggunakan metode *Structural Equation Modeling (SEM)* berbasis *Partial Least Squares (PLS)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa guru memiliki tingkat penerimaan yang tinggi terhadap penggunaan chatbot AI dalam pembelajaran. Selain itu, temuan penelitian mengindikasikan bahwa *social influence* memberikan pengaruh signifikan terhadap penggunaan chatbot AI dan kualitas informasi juga terbukti berperan signifikan dalam mendorong penggunaan chatbot AI pada konteks pendidikan.

### ABSTRACT

*Artificial Intelligence (AI)* is rapidly developing and plays a significant role in education. This study aims to determine the level of social influence and information quality on the use of AI chatbots. This study uses a quantitative method with a descriptive approach. The population in this study were high school teachers in Surakarta. This study used a random sampling technique with a sample size of 110 teachers. Data collection was carried out through questionnaires, while data analysis used the *Structural Equation Modeling (SEM)* method based on *Partial Least Squares (PLS)*. The results show that teachers have a high level of acceptance of the use of AI chatbots in learning. Furthermore, the research findings indicate that social influence has a significant influence on the use of AI chatbots, and information quality has also been shown to play a significant role in encouraging the use of AI chatbots in educational contexts.

## PENDAHULUAN

Saat ini dunia mengalami kemajuan teknologi yang sangat pesat, menjadikan kehidupan di era modern semakin kompleks dan canggih, seperti teknologi *Artificial Intelligence (AI)*. AI terus berkembang pesat serta memainkan peran penting dalam kehidupan, salah satunya di dunia pendidikan.

Seiring pesat perkembangan teknologi AI menjadi inovasi pembelajaran sehingga pendidik dituntut untuk beradaptasi. Namun berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat terdapat 3,4 juta guru yang tersebar di seluruh Indonesia, tetapi dinyatakan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan hanya 40% guru non Teknologi Informasi dan



Komunikasi (TIK) yang siap dengan teknologi, sementara 60% belum melek teknologi (Sekretariat GTK, 2018). Harnawati et al (2024) menyatakan bahwa pengetahuan tentang kecerdasan buatan masih tergolong rendah. Sehingga perlu adanya menekankan pengetahuan serta pemahaman dalam penggunaan AI (Changalima et al, 2024). Pemahaman tentang penggunaan chatbot AI sangat penting untuk memastikan penerapan yang tepat serta mempertimbangkan aspek moral dan etika dalam pendidikan.

Penggunaan chatbot AI dalam pembelajaran telah diteliti sebelumnya, yang ditentukan oleh faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan chatbot AI. Penelitian Bin-Nashwan et al (2023) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi ChatGPT seperti faktor efikasi diri, tingkat stress, harga diri akademik dan e-WOM di kalangan peneliti di seluruh dunia, khususnya *ResearchGate* dan *Academia*, mengatakan bahwa seluruh faktor memiliki dampak positif yang signifikan terhadap penggunaan ChatGPT. Abdalla (2024) menyoroiti *awareness* dan *perceived enjoyment* menjadi faktor yang mempengaruhi penggunaan ChatGPT, keduanya memiliki dampak signifikan terhadap penggunaan ChatGPT. Sedangkan Hasan et al (2024) menyoroiti mengenai perilaku optimis, inovasi, *insecurity* dan *discomfort* sebagai faktor yang mempengaruhi mahasiswa pascasarjana dan sarjana, dimana perilaku optimis dan inovasi berpengaruh positif dan *insecurity* serta *discomfort* berpengaruh negatif dalam menggunakan Chatbot AI. Almulla (2024)

melakukan penelitian mengenai kualitas informasi terhadap penggunaan ChatGPT memiliki pengaruh signifikan pada mahasiswa King Faisal University di Arab Saudi. Novelty pada penelitian ini mengkaji pengaruh *social influence* dan kualitas informasi terhadap penggunaan chatbot AI pada guru di Indonesia, mengingat guru merupakan aktor penting dalam mendorong transformasi pendidikan berbasis teknologi. Selain itu, penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada konteks mahasiswa sehingga kajian pada level guru masih relatif terbatas.

Chatbot sendiri merupakan sebuah program kecerdasan buatan yang diciptakan untuk meniru percakapan manusia serta memberikan informasi atau bantuan yang diperlukan. Chatbot AI semakin menggantikan manusia dalam memberikan bantuan inovasi pembelajaran yang diperlukan dikarenakan chatbot dapat merespons lebih cepat dibandingkan tanggapan dari manusia. Chatbot AI mengalami perkembangan pesat di dunia pendidikan memberikan peluang bagi guru untuk meningkatkan efektivitas pembelajaran.

Keputusan guru mengadopsi chatbot AI dalam pembelajaran dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya *social influence*. Sejalan dengan prinsip *Social Influence Theory* (SIT) yang dikemukakan oleh Kelman pada tahun 1958 menekankan bahwa pengenalan dan pemanfaatan suatu teknologi dapat membentuk perilaku individu. *Social influence* juga dapat diartikan sebagai cerminan pendapat dari seorang teman menggunakan teknologi, kerabat atau rekan kerja untuk menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2003). *Social*

*influence* merupakan kunci dari perilaku seseorang. *Social influence* memiliki indikator antara lain norma subjektif, faktor sosial dan citra. Abdalla (2024) mengatakan bahwa teman, rekan kerja dan lingkungan sosial berperan sebagai sumber potensial dalam pengetahuan dan informasi.

Kualitas informasi menunjukkan karakteristik yang diinginkan dari keluaran sistem informasi (Çelik & Ayaz, 2022). Sejalan dengan teori DeLone and McLean yang dikembangkan oleh William H. DeLone dan Ephraim R. McLean pada tahun 1992 dan disempurnakan lagi pada tahun 2003, teori ini menegaskan bahwa kualitas informasi merupakan output langsung dari kesuksesan sistem informasi. Kualitas informasi mengacu pada sejauh mana sistem menyediakan informasi yang berguna dengan cara cepat dan akurat, selain itu kualitas informasi dapat membangun kepercayaan dalam penerimaan teknologi (Lee et al., 2019). Kualitas informasi bersifat valid, relevansi, dan lengkap, sehingga mampu memberikan nilai tambah dalam proses pengambilan keputusan dan meningkatkan minat seseorang menggunakan chatbot AI. Kualitas informasi memiliki indikator antara lain akurasi, ketepatan waktu, kelengkapan, relevansi, dan konsistensi (DeLone & McLean, 2003).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat *social influence* dan kualitas informasi dalam penggunaan chatbot AI pada guru se-Surakarta.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei, dikarenakan berfokus pada pemetaan dan penggambaran fenomena penggunaan Chatbot AI oleh guru berdasarkan variabel *social influence* dan kualitas informasi. Desain ini memungkinkan peneliti untuk menyajikan data secara sistematis melalui persentase dan distribusi jawaban responden, sehinggadapat memberikan gambaran empiris mengenai kecenderungan, pola, dan persepsi guru.

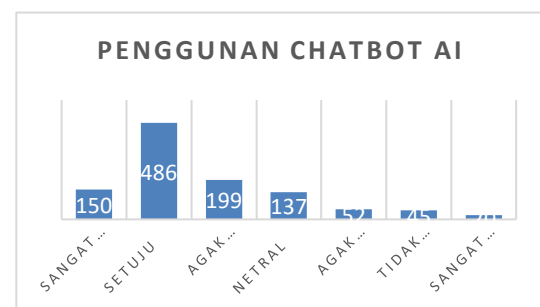
Populasi penelitian ini sejumlah 1.109 guru SMA se-Surakarta per 1 April 2025. Sejalan dengan Abdalla (2024) yang melakukan menggunakan teknik hair untuk menentukan jumlah minimum sampel, penelitian ini menetapkan 110 guru sebagai responden berdasarkan 11 indikator yang digunakan dalam instrumen kuesioner. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik *stratified random sampling* dengan menyebarkan kuesioner online diberbagai guru SMA melalui humas sekolah ataupun grup WhatsApp. Penelitian ini mengukur variabel-variabel penelitian menggunakan *skala likert* tujuh poin, dengan item instrumen yang direplikasi dari beberapa studi terdahulu seperti penelitian yang dilakukan Abdalla (2024), Bilquise et al (2024), Lai et al., (2024), Camilleri (2024), dan peneliti lainnya. Instumen penelitian diuji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu menggunakan 34 hasil jawaban responden, menyatakan bahwa seluruh instrumen dikatakan valid dan reliabel.

Definisi operasional variabel penelitian ini meliputi pertama, *social influence* mengacu pada instrumen yang dikembangkan oleh Bilquise et al (2024) dan Lai et al., (2024), dengan pernyataan seperti: “Rekan kerja dan teman sebaya saya berpikir bahwa saya harus menggunakan chatbot AI dalam pembelajaran”, “Saya akan menggunakan chatbot AI jika banyak rekan kerja dan teman sebaya yang menggunakan”, serta “Orang yang penting bagi saya mendorong untuk menggunakan chatbot AI”. Kedua, kualitas informasi mengacu pada instrumen yang dikembangkan oleh Camilleri (2024), dengan pernyataan “Informasi yang diberikan chatbot AI lengkap”, “Informasi yang diberikan chatbot AI benar”, dan “Informasi yang diberikan chatbot AI dapat dipercaya”. Terakhir, penggunaan chatbot AI diadaptasi dari Abdalla (2024) mencakup “saya puas dengan pengalaman menggunakan chatbot AI”, “Chatbot AI memberikan respons dan solusi berkualitas tinggi untuk pertanyaan dan masalah”, dan “Penggunaan chatbot AI meningkatkan pengalaman belajar”. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif melalui presentase dan distribusi jawaban responden dari skala likert poin tujuh, yang diolah dengan bantuan perangkat lunak *Structural Equation Modeling* (SEM).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa tingkat *social influence* dan kualitas informasi memiliki peranan yang cukup signifikan dalam mendorong

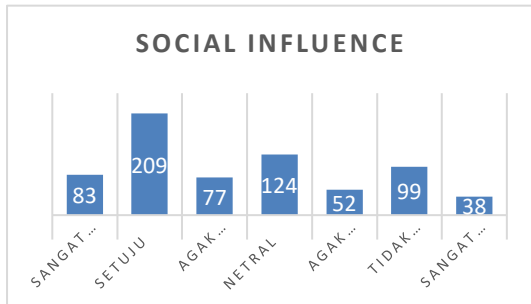
penggunaan chatbot AI pada guru. Temuan ini menunjukkan bahwa penerimaan dan pemanfaatan teknologi AI, khususnya chatbot, tidak hanya dipengaruhi oleh faktor individu seperti minat maupun keterampilan digital. Tetapi, dukungan, dorongan serta pengaruh lingkungan juga sangat mempengaruhinya. Selain itu, kualitas informasi yang disediakan oleh chatbot AI terbukti menjadi salah satu faktor penting dalam membangun kepercayaan dan minat guru dalam menggunakan chatbot AI. Instrumen penelitian ini dikembangkan menggunakan skala likert tujuh, mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju bertujuan untuk memberikan penilaian yang lebih luas agar tidak terjadi bias dalam hasil penelitian.



Gambar 1. Tingkat Penggunaan Chatbot AI

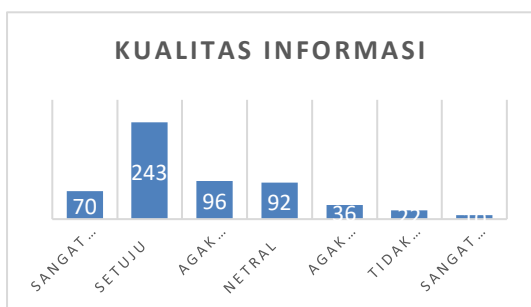
Berdasarkan gambar 1 menunjukkan grafik penggunaan chatbot AI, terlihat bahwa mayoritas guru menunjukkan sikap positif terhadap pemanfaatan chatbot AI dalam pembelajaran. puncak tanggapan kategori setuju, diikuti oleh tanggapan agak setuju dan sangat setuju, ini mencerminkan adanya penerimaan yang cukup kuat terhadap kehadiran chatbot AI sebagai media pendukung pembelajaran. Guru yang menyatakan setuju

memandang chatbot AI sebagai sarana memudahkan pencarian informasi, mempercepat penyusunan bahan ajar, serta membantu menjawab pertanyaan secara instan.



Gambar 2. Tingkat *Social Influence*

Berdasarkan gambar 2 menunjukkan tingkat *social influence* dalam penggunaan chatbot AI pada guru, terlihat bahwa sebagian guru cenderung setuju bahwa faktor sosial mempengaruhi penggunaan chatbot AI dalam pembelajaran. kategori setuju menjadi paling dominan menunjukkan bahwa dukungan atau dorongan dari lingkungan sosial baik rekan sejawat, komunitas pendidikan maupun rekan kerja memiliki peran penting dalam mendorong adopsi teknologi chatbot AI. Cokins et al., (2020) mengungkapkan bahwa *social influence* berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan platform. Tak hanya itu, Camilleri (2024), juga menyatakan bahwa *social influence* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan ChatGPT.



Gambar 3. Tingkat Kualitas Informasi

Gambar 3 menunjukkan tingkat kualitas informasi dalam penggunaan chatbot AI pada guru, terlihat bahwa mayoritas guru menilai kualitas informasi yang diberikan oleh chatbot AI berada pada kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa guru cenderung menganggap informasi yang dihasilkan oleh chatbot AI akurat, relevan, mudah dipahami, dan bermanfaat dalam menunjang proses pembelajaran. Sementara itu, kategori ketidaksetujuan relatif kecil, namun keberadaannya menjadi catatan penting dalam mencerminkan kekhawatiran terkait potensi kesalahan informasi, keterbatasan konteks, atau kurangnya kedalaman materi yang disajikan oleh AI. Secara keseluruhan, tanggapan responden sesuai grafik menunjukkan bahwa kualitas informasi dari chatbot AI dinilai baik oleh mayoritas guru, seperti penelitian Jami Pour et al., (2022) yang menyatakan bahwa kualitas informasi berpengaruh terhadap niat penggunaan. Almulla, (2024) juga menyatakan bahwa kualitas informasi berpengaruh terhadap penggunaan ChatGPT.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini dapat ditarik simpulan bahwa penggunaan chatbot AI pada guru memiliki peluang besar untuk dioptimalkan. Tingkat penerimaan yang tinggi menjadi modal awal yang baik, namun memerlukan dukungan pelatihan berkelanjutan dalam mengintegrasikan teknologi dengan strategi pembelajaran yang tepat. Selain itu, tingkat *social influence* dan kualitas informasi sama-

sama memiliki peran berimbang dalam pengambilan keputusan dalam penggunaan chatbot AI pada guru, khususnya digunakan untuk pembelajaran. Secara keseluruhan, temuan ini mengindikasikan kombinasi penerimaan positif, dukungan lingkungan, dan kualitas informasi yang memadai menjadi faktor utama dalam mendorong penggunaan AI di lingkungan pendidikan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abdalla, R. A. M. (2024). Examining awareness, social influence, and perceived enjoyment in the TAM framework as determinants of ChatGPT. Personalization as a moderator. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(3).
- Almulla, M. A. (2024). Investigating influencing factors of learning satisfaction in AI ChatGPT for research: University students perspective. *Heliyon*, 10(11).
- Bilquise, G., Ibrahim, S., & Salhieh, S. M. (2024). Investigating student acceptance of an academic advising chatbot in higher education institutions. *Education and Information Technologies*, 29(5), 6357–6382.
- Bin-Nashwan, S. A., Sadallah, M., & Bouteraa, M. (2023). Use of ChatGPT in academia: Academic integrity hangs in the balance. *Technology in Society*, 75.
- Camilleri, M. A. (2024). Factors affecting performance expectancy and intentions to use ChatGPT: Using SmartPLS to advance an information technology acceptance framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 201.
- Çelik, K., & Ayaz, A. (2022). Validation of the Delone and McLean information systems success model: a study on student information system. *Education and Information Technologies*, 27(4), 4709–4727.
- Changalima, I. A., Amani, D., & Ismail, I. J. (2024). Social influence and information quality on Generative AI use among business students. *International Journal of Management Education*, 22(3).
- Cokins, G., Oncioiu, I., Türkes, M. C., Topor, D. I., Capusneanu, S., Pastiu, C. A., Deliu, D., & Solovastu, A. N. (2020). Intention to use accounting platforms in romania: A quantitative study on sustainability and social influence. *Sustainability (Switzerland)*, 12(15).
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30.
- Harnawati, H., & Hidayati, U. (2024). Persepsi Mahasiswa Calon Guru Matematika terhadap Pemanfaatan Teknologi Kecerdasan Buatan dalam Konteks Pembelajaran. *JagoMIPA: Jurnal Pendidikan Matematika Dan IPA*, 4(1), 50–59.
- Hasan, M. R., Chowdhury, N. I., Rahman, M. H., Syed, M. A. Bin, & Ryu, J. (2024). Understanding AI Chatbot adoption in education: PLS-SEM analysis of user behavior factors. *Computers in Human Behavior: Artificial Humans*, 2(2).
- Jami Pour, M., Mesrabadi, J., & Asarian, M. (2022). Meta-analysis of the DeLone and McLean models in e-learning success: the moderating role of user type. *Online Information Review*, 46(3), 590–615.
- Lai, C. Y., Cheung, K. Y., Chan, C. S., & Law, K. K. (2024). Integrating the adapted UTAUT model with moral obligation, trust and perceived risk to predict ChatGPT adoption for assessment support: A survey with students. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 6.
- Lee, S. W., Sung, H. J., & Jeon, H. M. (2019). Determinants of continuous intention on food delivery apps: Extending UTAUT2 with information quality. *Sustainability (Switzerland)*, 11(11).



Sekretariat GTK. (2018). *40 Persen Guru yang Siap dengan Teknologi*. Gtk.Kemendikbud.Go.Id.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. In *Source: MIS Quarterly*, 27(3).

